

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis atau kegiatan usaha, umumnya yang harus diperhatikan perusahaan adalah orientasi pelanggan atau *customer orientation*, yaitu menyangkut apa yang harus dipenuhi perusahaan terhadap pelanggannya. Dengan lebih memperhatikan aspek tersebut tentunya tujuan yang ingin dicapai perusahaan akan terwujud.

Customer adalah kata kunci bagi kesuksesan perusahaan. Dalam dunia usaha atau bisnis, khususnya yang bergerak dibidang jasa, kepuasan merupakan faktor yang dominan dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuhkembangkan perusahaan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih kompleks, dikarenakan dampak *bad word of mouth*. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada 11 orang lain (Kotler, 1995). Bila setiap orang dari 11 orang ini meneruskan informasi tersebut kepada orang yang lain lagi, maka berita buruk ini bisa berkembang secara eksponensial. Bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan harapan pelanggan. Oleh sebab itu setiap produsen jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Kinerja perusahaan yang tinggi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu usaha dan jasa merupakan faktor terpenting bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen maupun pelanggannya agar mereka puas sesuai dengan harapannya. Sebagaimana yang diungkapkan Philip Kotler (1995) bahwa Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang pelanggan atau pemakai jasa setelah membandingkan kenyataan dari hasil/kinerja yang dirasakan dengan harapan dan persepsinya terhadap jasa tersebut. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan konsumen akan puas serta bila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat puas.

Konsep penilaian atau pengukuran kualitas pelayanan yang pernah dikembangkan Parasuraman yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL), terdapat sepuluh dimensi kualitas tersebut yaitu: *tangible, reliability, competence, courtesy, credibility, security, access, communication dan understanding the customer* yang selanjutnya disingkat menjadi lima dimensi *service quality* saja yaitu: *responsive* (ketanggapan), *tangible* (tampilan fisik), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan) dan *empaty* (perhatian).

Dari latar belakang dan pemikiran diatas tentunya menjadi pokok ketertarikan bagi penulis untuk dicoba diteliti. Tentunya perlu melakukan proses evaluasi terhadap kualitas pelayanan dengan memperhatikan aspek dari lima dimensi kualitas pelayanan (*responsive, tangible, reliability, assurance dan empaty*) demi

terwujudnya kepuasan konsumen, maka penulis mencoba mengadakan penelitian dengan mengambil judul :

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE DI KARANGANYAR”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dengan tujuan untuk memperjelas permasalahan dan dalam usaha mengungkapkan secara lebih rinci mengenai aspek yang hendak dikaji. Adapun perumusan masalah yang hendak dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh dari dimensi *responsive* (ketanggapan) terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance ?
2. Apakah ada pengaruh dari dimensi *tangible* (tampilan fisik) terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance ?
3. Apakah ada pengaruh dari dimensi *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance ?
4. Apakah ada pengaruh dari dimensi *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance ?
5. Apakah ada pengaruh dari dimensi *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance ?

C. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan peneliti yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *responsive* (ketanggapan) terhadap kepuasan konsumen dari PT. Adira Dinamika Multi Finance.
2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *tangible* (tampilan fisik) terhadap kepuasan konsumen dari PT. Adira Dinamika Multi Finance.
3. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan konsumen dari PT. Adira Dinamika Multi Finance.
4. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen dari PT. Adira Dinamika Multi Finance.
5. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *empaty* (perhatian) terhadap kepuasan konsumen dari PT. Adira Dinamika Multi Finance.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dalam usaha meningkatkan service quality supaya lebih memuaskan konsumen serta untuk mempertahankan tingkat layanan yang menguntungkan di masa kini dan di masa mendatang dengan menekankan pada dimensi-dimensi service quality yang dominan berpengaruh pada kepuasan konsumen perusahaan.

2. Bagi peneliti lain

Diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian karya ilmiah dengan permasalahan terkait.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk Universitas Muhammadiyah Surakarta.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dilakukan melalui penulisan per Bab yang dimaksudkan untuk lebih memperjelas penulisan yang telah dilakukan. Adapun sistematikanya dapat dijabarkan seperti di bawah ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini mengemukakan tentang Tinjauan Pustaka yang terdiri dari pemahaman konsep jasa, konsep kualitas pelayanan, konsep kepuasan konsumen, dan hubungan kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang kerangka teoritik, hipotesa dan metodologi penelitian yang digunakan (terdiri dari data dan sumber data, pengambilan sample, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas dan alat analisis data)

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari gambaran umum perusahaan, data-data yang diperoleh, analisa data serta hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini memuat kesimpulan dan saran-saran tentang semua yang telah ditulis.